

大型企业加紧投资 标准制定有序推进

冷链设备需求出现回暖迹象

□本报记者 王小伟

进入下半年以来,已有多地政府加大了对冷链产业的扶持力度,同时天猫等企业巨头也在冷链布局方面有明显提速。中国证券报记者日前获悉,为了护航冷链产业健康发展,管理部门日前加紧相关标准的制定工作。在多重因素的共同刺激下,业内人士表示,冷链设备需求出现较为明显的回暖迹象。

多地冷链投资“大干快上”

随着入夏之后高温的持续蔓延,多地依托于食品和药品运输的冷链产业正在迎来“大干快上”的投资高峰期。

广东省东莞市发改局日前透露,总投资60000万元的凤岗华润万家物流配送基地已经成为2014年东莞市重点建设项目,冷链物流项目开建在即。

华润万家内部人士对记者介绍说,2012年凤岗镇赴深圳招商,经初步洽谈,华润集团旗下零售巨头——华润万家有限公司计划在凤岗镇建立标杆性的物流配送中心,并将该公司东莞总部设在凤岗。“本次建设的项目用于购置仓储物流用地150亩,建设现代化配送中心,分干仓、冷库,总建筑面积约4万平方米,干货仓2.5万平方米;生鲜加工配送中心(含部分多业态协同仓)1.5万平米。”

北方城市也同样加紧了冷链布局。以大连为例,作为大连市19个重点经济园区之一,大连冷链物流及食品加工园区宏晟水产有限公司7月上旬正式投产,成为该园区首家投产企业。公司方面介绍,公司是由大连万海金浪水产有限公司与日本理研食品共同投资的中外合作企业,总投资1.6亿元,占地面积2.5万平方米,初步预计年产鱼类、藻类制品3400吨,年产值可达1.3亿元。

政府方面对冷链建设的投入和扶持也在明显加大。以山西为例,为了进一步推进蔬菜产业发展,促进农民增收,保障供应安全,减少蔬菜的市场流通环节,实现农民“菜园子”和县城居民“菜篮子”有效对接,柳林县日前正式下拨140.42万元补助资金,确保群众吃上放心菜、便宜菜。



CFP图片

据悉,该项资金主要用于城区各蔬菜直销店三年的门店租赁费、产地批发市场建设,并配备各直销店与批发市场10万元运送蔬菜冷藏车一辆。该项改善民生的“菜篮子”工程,建设产地蔬菜批发市场、社区蔬菜直销店,开展蔬菜网络直销配送。

前瞻产业研究院相关研究员对记者介绍说,除了各地之外,进入2014年以来,一批电商与物流行业巨头纷纷开始加大在冷链物流领域的投资,包括天猫、京东、苏宁易购、顺丰等,其中天猫商城更是首次试水生鲜冷链物流,首批配送城市覆盖全国26个网购热门城市。“过去几年我国农产品冷链物流行业市场规模维持20%以上的增速,而随着政府和企业的重视,以及消费者对健康农产品市场需求的增加,我国冷链物流市场增长空间巨大,预计到2018年农产品冷链物流市场规模有望达到3000亿元。”

技术标准出台在即

随着各地政府和企业巨头在冷链方面投入的持续增加,在直接带动冷链产业发展提速的同时,也在倒逼相关行业标准制定的进程。

记者从相关部门获悉,多品种冷链物流的相关标准都在加速推进。以餐饮冷链为例,《餐饮冷链物流服务规范》

审查会在京召开,该标准规定了餐饮冷链物流服务的基本条件、服务质量、温度控制、包装、储存、装卸搬运、运输配送、交接的主要评价指标,适用于餐饮食材在流通过程中的第三方冷链物流服务及管理。

相关人士介绍说,冷链服务主要集中在食品与农产品消费领域,此次全国物流标准化技术委员会牵头起草并制定《规范》推动冷链物流尽快向标准化、规范化发展。冷链服务的扩大与提升最终要落到仓储、运输等物流环节,行业标准的出台有利于规范冷链物流市场环境,刺激市场需求,利于大中型冷链物流企业健康发展。

记者同时获悉,医师协会联合9家企业自去年开始的医药冷链标准的制定工作也将在2016年内完成,相关标准目前也正在有序推进。

相关专家对记者介绍说,此前中国食品、医药等产品在运输过程中,经常出现“断链”现象。导致冷链“断链”的重要原因之一就在于强制性标准的缺失,由于目前我国冷链物流标准大多是推荐性的,不具有强制性,这些标准在行业不成熟的现状下,对企业约束力极低,对冷链物流企业指导作用有限,很多经营者思维停留在“不出事故就是安全的”。随着相关标准的正式推出,将带动产业进

蓝色光标董事长赵文权表示

海外投资会有更多动作

□本报记者 姚轩杰

7月17日,蓝色光标发布公告称,其全资子公司蓝标美国拟收购Fuse公司75%成员权益。该公司估值约为4667.45万美元,收购总价将根据目标公司未来3年的经营数据有所调整,首次支付金额约为2037万美元,后续支付金额根据目标公司经营业绩情况逐年确定。

投资Fuse公司,是蓝色光标在美国的第一笔投资。公司董事长赵文权对中国证券报记者表示,美国市场是蓝色光标在海外市场中最重视的区域之一,投资FUSE公司只是开始,未来还会有更多动作。蓝色光标的海外业务收入,未来至少占公司主营业务收入的三分之一。

北美首笔投资落定

公告显示,FUSE公司成立于1999年,主要为行业客户提供全方位的设计服务,包括工业设计、品牌、用户界面及用户体验等,产品涉及科技、时尚、家具和日用消费品等多个领域。Fuse公司的作品赢得了国际上多所博物馆的认可,并被纽约现代艺术博物馆、旧金山现代艺术博物馆、芝加哥艺术博物馆、维多利亚与艾伯特博物馆、CooperHewitt博物馆(纽约国立设计博物馆)及蓬皮杜艺术文化中心等馆藏收藏。

赵文权表示,FUSE公司是蓝色光标产业链布局的重要一环,主要是帮助企业做产品、商业模式、营销模式的设计。通过这笔投资,希望利用Fuse公司的设计能力为中国企业提供工业设计等服务,尤其是为那些希望“走出去”、参与全球竞争的企业提高竞争力意义重大。

“从蓝色光标全产业链的布局上来看,FUSE公司处于最上游的一环,可以借此介入客户产品研发设计环节,由此可能会给公司带来商业模式和收费模式的改变,有利于和客户产生更深度的合作。”赵文权表示。

自去年以来,蓝色光标对进军北美市场兴趣浓厚。投资Fuse公司,是蓝色光标在美国的第一笔投资。赵文权对记者坦言,美国市场是蓝色光标在海外市场中最重视的区域,投资FUSE公司只是开始,未来还会有更多计划。

海外收入将占1/3

“数字化和全球化始终是公司的重点。”赵文权表示,“公司在北美的投资重点有两块,在美国西海岸是以硅谷为中心,重点在技术布局,主要是科技最前沿的东西,这跟传统领域有很大不同;在东南亚则是以纽约为中心,也会投资一些相对偏数字营销、代理业务的公司。”

再造增长引擎

李保才告诉记者,神剑股份的产能与产量能够同步提升,跟神剑的技术研发投入密不可分。整套的产量质量检测设备投入公司产品质量得到保证,技术优势让神剑可以保质保量地满足客户的个性化需求。

赵文权表示,蓝色光标海外业务收入,未来至少占公司主营业务收入的三分之一。

规模持续扩张

“2010年,我们产能已有4万吨左右,现在达到了12万吨。如果超过13万吨,这意味着我们将成为全球行业龙头。”李保才告诉记者,“明年或者后年,我们有信心成为全球聚酯树脂行业的老大。客户口碑、品牌影响力、技术实力、产业链的延伸等多方面因素推动着神剑向目标迈进。”

中国证券报记者注意到,神剑股份

在规模扩张的同时,并没有陷入其他各行业普遍存在的价格战。2014年一季度公司产品的毛利率达到15.73%,比上年同期提升1.82个百分点,比上市时的2010年提升3.31个百分点。中国粉末涂料协会的相关负责人告诉中国证券报记者,作为细分行业唯一的上市公司,神剑有明显的品牌优势,产品价格通常比同行高出许多。

“神剑股份的主要客户有像阿克苏·诺贝尔、杜邦这样的跨国巨头,也有海尔、格力等国内主流企业。神剑的规模在扩大,产能有保证,这些合作多年的老客户才敢把订单给我们。与对手相比较,我们的规模优势在显现,有信心在国内市场保持15%的增长。”李保才表示,公司年初已经制订了全年的生产计划,2014年业绩增长问题不大,但也要考虑2015年业绩增长的需要,稳定持续发展比什么都重要。

为了满足公司持续的盈利能力提升,神剑股份向上游产业链延伸,芜湖神剑裕昌新材料1万吨新戊二醇(NPG)项目已

入“正规发展期”。

相关上市公司业绩报喜

雪人股份7月14日在最新公布的《投资者关系活动记录表》中透露,从长远来看,消费者对品质的要求会越来越高,行业标准与监管也会越来越严格。目前我国冷链物流基础设备大多已经很陈旧,远远不能适应未来的需求,冷链物流在未来有巨大的发展空间。

而随着诸多因素带来的行业回暖,相关上市公司在业绩方面也频频报喜。汉钟精机日前发布业绩快报,2014年上半年实现营业收入4.7亿元,同比增长21.8%,归属于母公司股东的净利润8585万元,同比增长41.3%。

广发证券相关分析师指出,公司在季报时曾预告上半年净利润同比增长15%-45%,按照业绩快报来看,公司业绩的实际运行情况接近区间上端。该分析师表示,公司业绩增长主要来自两大业务板块,一方面,冷藏冷冻压缩机增长迅猛,今年以来公司在中央空调领域继续扩大了市场份额,同时在冷藏冷冻领域销售增长迅猛,这主要是冷链物流发展催生了中小型冷库和制冷设施需求;另一方面,公司空压机组和新产品增长较快。由于空压机组销售原本规模较小,今年发力快速增长,永磁无刷空压机组和无油空压机等新产品增长较快。

而随着冷链产业的发展,其他产业公司也在冷链领域掘金。以汽车为例,中国证券报记者从福田汽车获悉,公司推出的一款欧曼GTL超能版冷链专属运输车,就专门用于大件件的冷链物流运输。

专业人士介绍说,由于冷链产品消费具有季节性、周期性,产品涉及运输路途远、贮藏和运输温度、转运衔接等较多环节,车辆不过关就极易引起变质腐烂,往往给企业造成损耗。为将损耗降到最低,高效运输、高出勤率已成为冷链运输车的采购标准。

“赚钱吸引外行掘金,这其实是很正常的现象。”相关专家对记者分析说,随着多行业的进入,也将反过来继续带动冷链设备自身的需求,有利于行业的共同发展。

王老吉诉加多宝 广告语侵权案二审开庭

□本报记者 黎宇文

7月17日,王老吉诉加多宝广告语侵权案二审在广东省高级人民法院开庭。此前,广州市中级人民法院对王老吉诉加多宝侵权案做出一审判决,判令被告加多宝立即停止使用“全国销量领先的红罐凉茶改名加多宝”等广告语,赔偿原告王老吉经济损失及合理维权费用共1081万元,并在主流媒体进行公开赔礼道歉。加多宝方不服一审判决,随后提起上诉。广药方也由于判决赔偿金额与诉讼请求金额相差较远,提起上诉。

庭审现场,双方主要就广药的诉请是否明确,原审法院程序是否违法;“全国销量领先的红罐凉茶改名加多宝”这一广告语是否构成虚假宣传;“王老吉凉茶改名加多宝了”这一广告语是否构成虚假宣传;加多宝公司是否存在其他广告语违法行为,并是否构成虚假宣传;原审判决赔偿数额是否合理,是否需要赔礼道歉五个主要问题发表了法律意见。

当天,广东省高院并未对案做出最终宣判。相关法律人士分析,鉴于一审的结果及相关证据的呈现,加多宝二审翻盘的机会并不大。

国联水产高管再度增持

□本报记者 常仙鹤

国联水产7月17日晚间公告称,公司常务副总鲁承诚7月17日增持公司股票12万股,成交均价8.75元/股。增持后,鲁承诚持有公司股份数增至79万股,占总股本比例0.224%。

资料显示,鲁承诚曾于今年3月12日和13日通过二级市场以自有资金在8.63元/股左右,购入国联水产67万股股票,占公司总股本的0.19%。公告指出,鲁承诚以自有资金增持公司股票表明了对公司未来持续稳定发展的信心。

自今年6月以来,农牧渔业板块走高,国联水产股价从6月3日的8.23元/股上冲至10.00元/股。近期创业板持续波动,国联水产股价受到拖累。7月15日,单日跌幅达到9.81%。

国联水产董秘郭文亮表示,公司基本面向好的格局并没有改变。据国联水产披露的上半年业绩预告,预计今年上半年实现归属上市公司股东的净利润1800万-2300万元,同比增长316.20%-431.82%。今年以来,公司强化以品牌为驱动的产品和市场升级战略,以渠道产品为主力,整合全球海产资源供应链,抢占生鲜电商和商超渠道,盈利能力得到进一步提升。

携手搜房

合富辉煌拟涉足O2P领域

□本报记者 黎宇文

在合富辉煌与搜房控股近日召开的战略合作发布会上,双方表示将依托合富辉煌的港联物业和搜房的移动终端、业主论坛,在社区增值服务方面进行合作,从房地产交易环节延伸服务,进入生活服务领域,推动O2P互联网云战略。

“客户可以从线上来,到线下接受服务,然后回到线上进行后续服务与点评;客户也可以从线下来,到线上了解、咨询,再回到线下进行后续服务与关系维护。这样形成O2P模式下的闭环,为客户提供定制化的全程服务。”合富方面表示。

2013年,合富辉煌旗下公司业务覆盖城市超过160个,代理一手物业销售业绩逾2600亿元,促成二手房交易5万宗,管理物业面积2000多万平方米。搜房网作为中国房地产互联网流量最大的线上平台,拥有精准购房意向的搜房网卡会员1500万,与全国近万家新房开发企业、10万家二手房经纪公司、9000多个家居品牌企业深度合作。

双方表示,合富辉煌与搜房的合作,是国内房地产运营服务体系与房地产家居网络平台的全面联结,将打造创新型房地产全产业链运营模式。

南洋科技

拟收购公司获LG公司订单

□本报记者 汪珺

南洋科技今年3月公告,拟向特定对象罗培栋、罗新良、姚纳新和宁波新亚联合科技有限公司支付现金及发行股份,购买其合计持有的宁波东旭成新材料科技有限公司80%股权;同时,拟向不超过十名特定投资者发行股份,配套融资不超过本次交易总额的25%。目前,该事项已经获得中国证监会上市公司并购重组审核委员会无条件通过,但尚未收到核准批文。

公开资料显示,东旭成是国内主要的背光模组用光学薄膜生产厂商之一,其主要产品为TFT-LCD背光模组用反射膜和扩散膜。而光学薄膜是南洋科技重点发展的业务领域。

上海绿新

签电子雾化产品代销协议

□本报记者 汪珺

上海绿新7月17日晚发布两则公告称,公司两个孙公司近日分别签署了KissU(亲优)绿馨神器系列电子雾化产品及相关配套产品在台湾以及大陆地区的代销合同,代销金额共计约合5.6亿元。

根据公告,上海绿新控股子公司上海绿馨电子科技有限公司的全资孙公司绿新丰香港与源祺健康企业有限公司签订代销协议,委托后者在台湾地区线下实体店销售渠道,代销KissU(亲优)绿馨神器系列电子雾化产品及相关配套产品。委托期限自2014年8月1日起至2017年7月31日。委托期限第一年内,代销的销售金额不低于港币2亿元,如源祺健康未完成上述最低销售额,须补足差额部分。

与此同时,公司控股子公司上海绿馨电子科技有限公司的全资子公司深圳市绿新丰科技有限公司近日与深圳市怡荷洋行签订代销协议,委托后者在中国大陆境内线下非烟草体系的实体店销售渠道,销售KissU(亲优)清口神器系列电子雾化器产品及相关配套产品。委托期限自2014年9月1日起至2019年8月30日止,代销的销售金额共计4亿元。同样,若怡荷洋行未能完成上述最低销售额,须补足差额部分。

电子雾化器是上海绿新的新产品,属于公司着力拓展的电子烟市场的一部分。